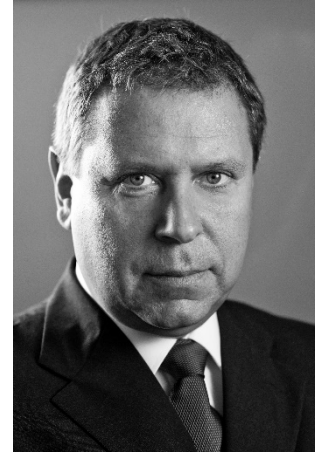


Matteo Marini



Dati personali

Data di nascita: 1° febbraio 1965
Luogo di nascita: Venezia, Italia
Domicilio: Milano, Italia
Nazionalità: Italiana
Stato civile: Coniugato. Tre figli
Servizio militare: Marina militare, Motovedette Guardia Costiera, 1990

Educazione

1989 **Università commerciale Luigi Bocconi, Milano**
Laurea a pieni voti in Economia Aziendale,
Tesi conclusiva sulla crisi del Gruppo Zanussi / Electrolux e sulla sua
ristrutturazione attraverso il recupero dei fattori chiave di successo.

Lingue

Italiano madrelingua
Inglese ottimo, sia orale che scritto
Francese scolastico

Corsi post Universitari

(selezione)

1994 **Bocconi University** – “Marketing management”
1995 **INSEAD Euro – Asia** – “Advanced Management Programme”
1996 **ERT** - European seminar for leaders
2000 **ABB Academy** - “Profit Centre management programme”

Ruoli istituzionali o associazioni

2021 - 2022 Senior Advisor to Neorurale Hub
2012 - 2019 Presidente ANIE (Associazione Industrie Elettriche ed Elettroniche Italiane)
Energia
2013 - 2019 Membro del consiglio generale di Assolombarda
2015 - oggi Consigliere indipendente in Costacurta S.p.A. – VICO
2016 - 2019 Vice presidente Federazione ANIE con delega su Energia
2017 - 2019 Membro del consiglio del CEI – Comitato Elettrotecnico Italiano
2021 - 2023 Senior advisor to DBAG Italia

Jobs history

2020 - oggi

MKM Cube

Fondatore

Start-up che opera nel settore dell'igiene urbana, proponendo soluzioni hardware e software per l'efficiamento del processo di raccolta dei rifiuti utilizzando IoT objects di campo e piattaforma software di controllo.

2015 - 2023

IMQ Group

Presidente

IMQ (Istituto Italiano del Marchio di Qualità) è leader in Italia nel mercato del Testing , Inspection e Certification, applicato ai prodotti, ai sistemi ed ai servizi. Le unità di business coprono ampie gamme di applicazioni e settori, dall'automotive alla cybersecurity, dalle certificazioni relative ad Industria 4.0 a quelle sul Carbon footprint.

2015 - 2019

ABB S.p.A.

Presidente

Dimensioni: circa 6000 impiegati in Italia, 2,4 miliardi di Euro di fatturato (di cui 68% all'estero), 5 divisioni, 23 unità di business, con applicazioni e mercati di Automazione ed Energy.

ABB Power Grids Division

Lead Division Manager, Europe

A riporto del CEO della futura J/V Power Grids Hitachi, gestisco e organizzo le forze di vendita, supporto tecnico, marketing, product management locale, business development, internal procurement in Europa, circa 3000 persone, organizzate su 26 Paesi, con entità legali in ciascuno di essi.

Un organizzazione complessa, denominata Front End Sales, che gestisce gli uffici regionali, i diversi canali di vendita (Distributori, OEM, EPC, etc.), i settori di particolare focus (Datacentres, Rinnovabili, Food & Bev, Microgrids, etc.), i Clienti, sia quelli industriali che le Utilities, anche attraverso una struttura di Account managers.

Highlights: crescita del 25% fatturato dal 2016 al 2018, fino a sfiorare i 3 BUSD

2013 - 2015

ABB S.p.A.

Amministratore delegato

ABB Southern Europe Region

CEO

Gestione con piena responsabilità di profit and loss dell'Italia, il paese più grande, e di tutti i Paesi che si affacciano al Mediterraneo, dalla Spagna ad Israele, dalla Francia al Marocco, dall'Algeria ai Paesi Balcani, di cui ho preso la responsabilità di gestione, o come amministratore delegato, o come chairman of the Board, a seconda delle varie legislazioni legali e delle diverse complessità di gestione.

Le dimensioni sono di circa 16000 impiegati, e un fatturato di 4,5 miliardi di dollari, 5 diverse Divisioni di business rappresentate, e un portafoglio di offerta che

spazia dal Power all'Automation, dall'automazione di processo alla robotica ai prodotti elettrici di largo consumo.

2009 – 2013

ABB S.p.A.
Direttore Generale, Divisione Power Products

ABB Power Products Division
Regional Division Manager

Gestione della Divisione Power Products nel Sud Europa, con responsabilità piena di Profit and Loss su circa 12 Paesi principali e relative entità legali. Un mix di Paesi diversi, alcuni con large operations (Italia, Spagna, Turchia) quindi unità operative per trasformatori, prodotti di alta tensione e media tensione, con review mensili su profittabilità, carico di officina, gestione commesse critiche, problemi di qualità, performance finanziarie, Cash, analisi del portafoglio prodotti. Altri invece di sola rivendita o qualche attività minore di after sales, dove i compiti erano più relativi all'identificazione e gestione di clienti, canali, partners. Dimensioni principali: circa 1,6 Miliardi di dollari di fatturato, 3000 dipendenti. Strategia Europe for Europe per massimizzazione dei volumi di vendita, integrazione Società neo-acquisite.

2006 – 2009

ABB Ltd. Zurigo
Group Senior Vice President,
Global Head of Front End Sales,
Power Products and Power Systems Divisions
Head of Marketing and Sales, Power Products Division

A riporto di due membri del comitato esecutivo di Gruppo, implementato il nuovo modello di vendita, Front End Sales, avvicinando le decisioni al cliente finale, senza perdere competenza e profondità tecnica.

Creata un'organizzazione articolata su 90 Paesi, con Team di varie dimensioni, dai 700 venditori cinesi ai 4 o 5 di Israele.

Le due divisioni Power sono cresciute come ordinato del 10% cagr nei tre anni dal 2006 al 2008, con ottime performance di marginalità sugli ordini e di generazione di cassa.

2004 – 2006

ABB Power Technologies S.p.A., Italia
Direttore Marketing & Sales

Forte di un team di product managers, sales executives, account managers, sales support, e logistica, ho gestito le vendite e il marketing della Divisione Power Products in Italia, utilizzando sia forza diretta che indiretta, cercando di raggiungere nei modi più efficaci tutti i clienti Italiani, sia per il mercato domestico che per il ri-export

Dimensioni: 250 milioni di Euro per anno, 50 persone

2002 – 2003

ABB Limited, Coventry, UK
Marketing Manager, Industrial products

Incaricato di supportare i teams di vendita, come product manager del portafoglio prodotti di automazione sul mercato inglese, vengono create specifiche value propositions, partecipando spesso alle negoziazioni. Definiti annualmente i transfer prices con le varie "supplying units" Europee, e preparati i listini e i posizionamenti di mercato. Fatturato 30 mio£, team di 20 persone.

- 2001** ABB SACE S.p.A., Vittuone, Italia
European Sales Co-ordinator
 Preparazione all'Euro e valutazione degli impatti della moneta unica sui listini prezzi locali; segmentazione mercato e differenziazione dei prodotti volte al mantenimento dei margini anche in regime di unica valuta.
- 1998 – 2000** ABB SACE S.p.A., Bergamo, Italia
Regional Manager Americas, Low Voltage Breakers
 Gestione delle vendite dirette ed indirette sui mercati Americani, supporto ai Teams locali con prodotti dedicati, supporto tecnico e commerciale. Ampio uso di product managers Europei temporaneamente ri locati.
- 1997 – 1998** ABB S.p.A, Milano, Italia
Assistente del Presidente / CEO - Export Promotion
 Promozione di tutto il portafoglio prodotti e soluzioni di ABB Italia lungo le linee organizzative a matrice del Gruppo, fidelizzazione delle organizzazioni locali, promozione degli strumenti di finanziamento Italiani all'export, facilitazione al set up di progetti finanziati, sia come equity che come loans.
- 1994 – 1997** ABB Trasformatori, Legnano, Italia, vari ruoli
Responsabile Project management
 Gestione di un piccolo Team di circa 10 persone, gestione dei contratti italiani ed esteri di un'unità produttiva di medie dimensioni, circa una quarantina di commesse l'anno, con obiettivi di minimizzare lo "slippage" di commessa e di negoziare eventuali varianti e mantenere i termini contrattuali.
- Responsabile Vendite Estero**
 Con un team di 6 commerciali /preventivisti gestiti i volumi di vendita per trasformatori di grande potenza; mercati di sbocco tipicamente il medio Oriente e la Cina. Evento particolarmente di rilievo il contratto con EEA (Egitto) e JEA (Giordania) per l'interconnessione tra i due Stati (Taba – Aqaba).
- 1993** ABB China Ltd, Pechino, PRC
Marketing specialist
 Preparazione ai tender internazionali delle due fabbriche ABB attive sul mercato cinese, Legnano e Ludvika (Svezia), cercando, attraverso visite ai vari design Institutes e ministeri commercio estero cinesi, di capire quali tender fossero aperti all'importazione, evidenziando le caratteristiche differenziali dell'offerta ABB.
- 1991 – 1993** ABB Trasformatori, Legnano, Italia
Analista Marketing
 Analista a supporto dello sviluppo strategico dei mercati per i grandi trasformatori. Svolti due feasibility studies" per nuove Fabbriche (in J/V) in Algeria (non ha dato seguito) e in Cina, Hefei, Anhui province, firmato nel dicembre del 93.